





Roteiro do Plano de Comunicação

Plano de Comunicação Empresarial - Fase 02 (Planejamento)

Na fase de planejamento os seguintes pontos devem ser abordados:

1. Diagnóstico dos pontos fortes e fracos de nossa empresa frente a seus concorrentes - todas as análises realizadas na fase anterior devem ser utilizadas e poderão ser detectados pontos relativos tanto a forma quanto ao conteúdo. O ideal é que consiga levantar um mínimo de 05 pontos fortes e 05 pontos fracos, com as respectivas justificativas;

2. Definição dos pontos a serem explorados - elencar aquilo que sua empresa tem melhor ou diferente dos seus concorrentes e que deve ser realçado em seu plano de comunicação empresarial. Estes derivam dos pontos fortes previamente analisados;

3. Apontamento dos pontos de atenção a serem tratados - determinar aquilo que precisa ser melhorado em minha comunicação, sob o ponto de vista de forma ou de conteúdo;

4. Determinar o Problema de Comunicação - Problemas de comunicação referem-se a interpretações erradas dos significados durante um processo de comunicação. Dependendo da natureza do mal-entendido, pode levar a tensão, e acontece porque as pessoas envolvidas têm diferentes experiências e prioridades, além de diferentes entendimentos sobre o que é comunicado. Um problema de comunicação, por exemplo, pode ser que a imagem que um determinado público tem da organização não está de acordo com a identidade desejada;

5. Estabelecer um Objetivo de Comunicação - É o processo de definição de metas para comunicação. Eles descrevem o alvo que você deseja alcançar com suas ações planejadas, tendo como base pontos a serem resolvidos pela comunicação empresarial. Um objetivo de comunicação empresarial pode ser posicionar a empresa (em seu segmento) como uma das melhores opções para se trabalhar, devido aos benefícios e planos de carreira oferecidos;

6. Determinar os principais públicos do plano - Um plano de Comunicação Empresarial poderá ter ações direcionadas para todos os públicos de interesse de uma organização ou somente para alguns destes. Isso dependerá do problema encontrado e do objetivo proposto;

7. Elencar as ferramentas a serem utilizadas.

Plano de Comunicação Empresarial - Fase 03 (Gestão)

Nesta fase, todo o plano de ação é desenvolvido e mensurado.

No plano de ação, todas as atividades propostas devem ter seu detalhamento colocado tendo como premissa responder às seguintes questões:

1. O que - Detalhamento da ação;

2. Por que - Justificativa da ação frente ao problema de comunicação e objetivo proposto;

3. Quando - Data e/ou período da realização com a respectiva justificativa frente ao problema de comunicação e objetivo proposto;

4. Onde - Local que será realizada a ação com a respectiva justificativa frente ao problema de comunicação e objetivo proposto;

5. Público - Qual ou quais públicos de interesse serão impactados com a respectiva justificativa frente ao problema de comunicação e objetivo proposto;

6. Como - Descrição detalhada de como será a ação - Fases, recursos, materiais e operação;

7. Mensuração - Como será mensurado o sucesso desta ação. Demonstrar como poderá ser possível afirmar que a mesma auxiliou a resolução do problema de comunicação e suportou o objetivo proposto.

Estágios das Empresas

A necessidade cada dia maior de um planejamento de Comunicação Empresarial estruturado vem da complexidade dos estágios de gestão que as empresas vêm passando nos últimos anos. Três deles são de fundamental entendimento para a efetiva compreensão de como hoje a sociedade enxerga as organizações:

- Capitalismo consciente - nascido em 2006, prega que as empresas devem ser geridas por um propósito maior que o lucro e devem se

preocupar com todos os seus públicos de interesse;

- Sistema B - também nascido em 2006, defende que as empresas devem gerar benefícios financeiros, sociais e ambientais. O compromisso de promovê-los deve constar em seus contratos sociais e estatutos.
- Time B - criado em 2012, tem a idéia que o capitalismo precisa de um plano alternativo e uma das alternativas é o combate aos resultados a curto prazo, uma lógica muito comum no mercado financeiro.

Saiba Mais

Escrita corporativa

Acentuação (crase)

A escrita corporativa é realizada nas empresas e exige conhecimento do negócio. Esse tipo de escrita requer cuidados, pois tudo que é escrito representando uma empresa pode ser considerado um documento. Além do mais, o texto escrito é uma forma de compartilhamos ideias e pensamentos e é importante que esteja estruturado de uma forma organizada, para que não haja dúvida com relação ao que se quer dizer. Por isso, a pontuação e a acentuação são temas importantes que devem ser usados corretamente, ou seja, de acordo com a norma culta, para que a compreensão da mensagem seja efetiva. Vamos recordar um pouco da crase, um grande problema para a maioria das pessoas.

Na língua portuguesa, a crase indica a junção de duas vogais idênticas, mais precisamente, a fusão da preposição **a** com o artigo feminino **a** e com o **a** do início de pronomes. Sempre que houver a fusão desses elementos, usaremos o acento grave, também chamado de acento indicador de crase.

Vamos apresentar algumas regras que irão ajudar vocês no uso da crase:

Antes de palavras femininas

A crase é utilizada antes de palavras femininas, pois essas palavras aceitam a presença do artigo feminino “a”, ocorrendo a fusão de preposição mais o artigo feminino. Salvo exceções – a crase não acontece antes de palavras masculinas. Exemplos:

Refiro-me a(a) moça ruiva, e não a(a)quela morena.

Refiro-me à moça ruiva, e não àquela morena.

Notamos que o verbo referir, analisado de acordo com sua transitividade, classifica-se como transitivo indireto, pois sempre nos referimos a alguém. Constatamos que o fenômeno se aplicou mediante os casos anteriormente mencionados, ou seja, fusão da preposição a + o artigo feminino (à) e com o artigo feminino a + o pronome demonstrativo aquela (àquela).

- Dica: substitua a palavra feminina por uma masculina: se o “a” virar “ao”, ele receberá o acento grave. Veja só um exemplo: O correto é: “Fomos à festa no final de semana passado.” ou “Fomos a festa no final de semana passado.”?

Substitua a palavra “festa” pela palavra “encontro”: “Fomos **ao** encontro no final de semana passado.”

Viram como é simples? A escrita correta é: “**Fomos à festa no final de semana passado**.”

No caso de nomes próprios geográficos, substitui-se o verbo da frase pelo verbo **voltar**. Caso resulte na expressão “voltar da”, há a confirmação da crase.

Exemplos:

Faremos uma **visita à Bahia**.

Faz dois dias que **voltamos da Bahia**. (crase confirmada)

Não me esqueço da **viagem a Roma**.

Ao **voltar de Roma**, relembrarei os belos momentos jamais vividos.



Antes de expressões que indicam horário

Usamos a crase na indicação de horas, exceto se o artigo definido feminino (a/as) estiver precedido das preposições até, desde, após, entre e para.

"O jogo começa às 21h e terá transmissão on-line."

"Eu trabalho das 8h às 17h."

- Dica: "A reunião foi marcada para as 11h" não leva crase, por conta da preposição "para". Também não cabe utilizar a crase quando falamos de um tempo ocorrido, como por exemplo em: "Ela mal percebeu que as horas haviam passado."

Antes de locuções femininas (adverbiais, prepositivas e conjuntivas).

A crase sempre será utilizada em casos de locuções femininas (adverbiais, prepositivas e conjuntivas) que se referem a ideias de tempo, lugar e/ou modo.

* locuções adverbiais: às vezes, à tarde, à noite, às pressas, à vontade...

* locuções prepositivas: à frente, à espera de, à procura de...

* locuções conjuntivas: à proporção que, à medida que.

- Dica: nas expressões adverbiais a pé, a cavalo e a lápis, por exemplo, o uso da crase não é permitido por uma questão que você já deve imaginar: as palavras que formam as sentenças são masculinas. Logo, não há a ocorrência de crase.

Exceção à regra é a locução "a distância", se não estiver determinada:

"O restaurante mais próximo **fica à distância de 5km**."

Note que a palavra distância está especificada, portanto, você deve sim utilizar a crase. No entanto, há momentos em que a palavra distância aparece sem que nada a determine. E, como nos casos a seguir, é recomendado que não seja utilizada a crase.

"O curso é oferecido na **modalidade a distância**."

"Durante a pandemia, eu **trabalhei a distância**."

Quando não usar a crase?

Antes de verbos:

Meu primo começou a cumprir pena socioeducativa.

Antes de pronome pessoal:

Não tenho que dar satisfações a ela.

Antes de pronomes de tratamento

Por via das dúvidas, a crase NÃO deve ser utilizada antecedendo pronomes de tratamento, como você e Vossa Excelência.

Mas há alguns casos em que os pronomes de tratamento, admitindo o determinante, exigem o acento grave indicativo da crase quando o termo regente pede a preposição a: senhora(s), senhorita(s), dona(s), madame(s). Vamos aos exemplos:

"O motoboy pediu que entregasse esta encomenda à senhora"

"O garçom levou o drink à senhorita?"

Entre palavras idênticas repetidas, como nas expressões: cara a cara, boca a boca etc..Exemplo:

"Fomos treinados para fazer respiração boca a boca."

Antes das palavras "casa" (no sentido de "lar") e "terra" (em sentido oposto a "bordo"): Exemplo:

Vou a casa no próximo fim de semana.



Ao chegar a terra, o marinheiro foi até o local marcado.

No entanto, se essas duas palavras ("casa" e "terra") forem qualificadas, ocorrerá a crase:

Vou à casa de minha irmã no próximo fim de semana.

Ao chegar à terra dos renegados, o marinheiro foi até o local marcado.

Atividade Resolvida

1. Em alguns nomes de lugares femininos, não é correto utilizar a crase. Assinale a alternativa em que ocorre esse uso incorreto:

a) Marta foi à Itália.

b) Joana foi à Bahia.

c) Jonas foi à Argentina.

d) Marcos foi à Londres.

e) Ana foi à Bélgica.

Letra D. Utilizando aquela ideia que vimos, se dissermos "Vim de/da/do", é fácil perceber que a única alternativa que está incorreta é a letra D, uma vez que usamos a expressão "Vim de Londres". A preposição *de*, aqui, não é acompanhada pelo artigo *a*. Não utilizamos, então, o acento grave.

Atividade extra

Nome da atividade: Leitura do Plano de Comunicação - Plano de Comunicação Empresarial Margem Esquerda

Link para a atividade:

https://www.itaipu.gov.br/sites/default/files/publicacoes/ITAIPU_Plano_de_Comunicacao_2



Referência Bibliográfica

- ARGENTI, P.A. Comunicação Empresarial: A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- RIEL, CEES B. M. Van Reputação: O valor estratégico do engajamento dos stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- ROCHA T., GOLDSCHIMIDT A (coord.). Gestão de Stakeholders. São Paulo: Saraiva, 2010

Ir para exercício